媒体深度融合趋势下广播电视媒体的发展业态研究

晋凡舒
（武汉大学新闻与传播学院，湖北 武汉 430070）

摘 要：随着5G技术、物联网应用不断成熟，广播电视媒体融合从传统的搭建平台、开发媒介产品进入新的“传媒生态链”阶段。广电媒体作为重要的传播媒介，要以智慧传播技术为动力，以生产优质内容为基础，通过构建全媒体传播链，打造优质内容链，为大众提供有品位、有内涵的传媒作品，探索广电智慧化发展途径。本文对广电媒体深度融合趋势进行解读，针对广播电视媒体融合的困境与优势，提出具体应对建议。

关键词：5G；物联网；融媒体；深度融合；广播电视；技术赋能；智慧广电　　**中图分类号**：G229.23　　**文献标识码**：A
文章编号：1671-0134（2021）02-048-03　　**DOI**：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.02.011
本文著录格式：晋凡舒．媒体深度融合趋势下广播电视媒体的发展业态研究[J]. 中国传媒科技，2021（02）：48-50.

随着5G、AR、区块链和VR等智慧技术应用日益成熟，逐渐形成了新的媒介环境，也引发了传统广电媒体的发展挑战。为有效适应媒体深度融合的时代要求，广电媒体要充分把握智慧发展机遇，通过创新传播形态，开发新型传播媒介，为大众提供观赏体验更佳、内容品质更佳、制作精良的广电作品，推动广电媒体向高质量、纵深融合领域不断发展。

1. 媒体深度融合趋势的多维解读

随着5G技术、智慧广电应用进一步成熟，媒体融合逐渐向新的多维领域发展。广电媒体要充分把握融合发展机遇，积极向“新媒体”领域延伸，持续探索传播形态、理念和内容等新变化。

1.1 连接“新旧媒体”：探索形成新的融合传播矩阵

在传统媒体与新媒体加速融合背景下，广电媒体通过研判互联网语境下的话语传播规律，自建新媒体平台或借助微信微博、其他客户端，形成了新的融合传播矩阵。一是传统广电媒体借助新媒体终端，基本形成了“广电+新媒体”的现代传播矩阵。通过利用微信、微博等媒体平台，开通快手、抖音等流媒体平台，为媒体深度融合提供了新“窗口”。[1]二是广电媒体汇聚优势资源，开发“平台型”客户端。通过为用户提供App终端，形成了新的用户服务生态链。比如，主流媒体建设的“央视频”“南方+”“芒果TV”等媒体平台都获得了较大影响力。三是广电媒体积极融入全新传播环境，引入新的传播技术，持续优化媒体传播矩阵。目前广电媒体积极把握电商直播机遇，加快与商业平台的融合协作力度，通过搭建“广电媒体+电商”的营销平台，营造了新的电视电商生态环境。湖南卫视依托强大的品牌影响力，打造“芒果扶贫云超市”，通过打造公益助农平台和专场电视直播晚会，取得了良好效益。

1.2 呈现“多元形态”：尝试打造各类型内容的传播体系

当前媒体融合向“智能媒体”领域发展，传播形态进一步丰富、多元化。广电媒体积极融入全新传播环境，对传媒作品进行加工、改造，逐渐从传统的图文、音频向直播平台、短视频等全类型传播内容升级。其一，广电媒体基本实现了各类形态媒体内容的生产、传播。借助新媒体平台优势传播新闻、播放视频，取得了较大的播放量和社会关注度，为传统广电媒体“涅槃重生”提供了新方向。同时，借助视频、音频等立体化传播方式，也改善了观众的观赏体验，增加了平台受众群体的黏度。[2]其二，创新传播形态成为广电媒体适应媒体融合的普遍要求。广电媒体在做好内容生产的基础上，通过以优质“媒体+”为基础，为用户提供文字、音频和视频等丰富的传播内容。中央电视台原创的微视频《初心》凭借精湛制作、优质内容，获得观众广泛认可，视频总阅读量超过十亿条，充分彰显了广电媒体的融合优势。

1.3 实现“复合发展”：形成资源跨界、功能融合的发展体系

在广电媒体向纵深领域发展进程中，依托智慧平台，对接大众需求，践行服务意识，进一步完善媒体功能，实现从传统的新闻报道、舆论引导向新的服务主导、多元功能升级。一方面，广电媒体依托融媒体平台，推进功能融合，构建了“新闻舆论+多元服务”的发展模式。广电媒体在及时、精准报道新闻信息的基础上，通过发挥平台优势，突出服务特色，扩大了受众群体，增强了观众互动的积极性。[3]比如，将天气预报、路况查询和生活服务等多种模块纳入融媒体平台，为读者提供了全方位、多元化的服务，赢得受众好评、认可。广州日报引入5G、云平台和直播技术，建设了具有“新闻+服务”等复合功能的“广报直播云”平台，为用户提供了丰富多元的服务项目，全面彰显媒体融合的特色和吸引力。另一方面，广电媒体依托融媒体平台，推动不同区域内媒体融合发展，形成了“资源融合+联盟发展”的发展体系。在开放、共享的互联网环境下，借助资源共享系统，使各类媒体、各级媒体之间的资源共享与互动交流更加便捷，为广电媒体融合发展提供了有效指引。湖北电视

台依托“长江云”平台，将湖北省117家媒体纳入其中，实现了省内新闻、稿件信息的全面共享。此外，部分市县基层广电媒体借助智慧技术和服务平台，以“跨区域”的方式展开协作，以较低的转型成本实现了最佳融合成效。

1.4　创新“发展之道”：塑造现代管理、多元经营的融合发展模式

广电媒体通融入深度融合的传播环境，通过打破传统发展理念，向短视频MCN生态、新媒体空间延伸，引入多元产业形态，营造了新的媒体环境。第一，在经营模式上，通过开通直播电商业务、建设产业园区，成立产业投资基金，有效拓宽发展空间，增加了广电媒体的利润来源，为推进媒体深度融合提供了充足的资金支持。第二，随着广电媒体与移动网络环境不断融合，广电媒体的发展模式更加成熟、完善，经营体系进一步多元。东方卫视SMG以“BesTV+流媒体”战略为发展指引，以BesTV APP为载体，通过整合上海广电的品牌影响力、用户数据和优势资源，依托内部上市公司，打造广电5G应用平台，营造了面向成熟消费群体的视频消费生态环境，为推动广电媒体全面转型探索了新的发展路径。[4]

2. 媒体深度融合趋势下广电媒体的发展困境与机遇

随着5G技术在广电领域的普及、推广和应用机制不断成熟，逐渐形成了新的媒体传播格局和舆论生态环境。面对“智慧广电”“智慧媒体”的全新发展态势，传统广电媒体既有技术、人才和发展理念的“多元之困”，也获得了更有发展活力、发展空间的良好机遇。因此，以辩证视角综合研判广电媒体发展形势，对适应媒体深度融合趋势，具有重要意义。综合来看，其困境与机遇主要表现为：

2.1　现实困境：理念滞后，融合发展难度大

在新媒体冲击下，广电媒体的生存空间进一步“萎缩”，受众群体规模不断缩小，收入来源日益减少，人才流失现象加剧，广电媒体面临更加复杂的转型挑战。第一，优势转化难度大。在广电媒体向“智慧媒体”转型过程中，平台聚合能力较差，缺少成熟的融媒体组织架构，缺失良好的融合发展经验及思维，即使部分广电媒体搭建了新媒体平台，但也更多表现为传统媒体内容简单的“迁移”，未能形成新、旧媒体差异化发展的良好布局，未能实现广电媒体优势资源的合理转化。[5]第二，劣势进一步突出。支出增加与收益减少的资金之困，制约了广电媒体的融合发展进程。在推进广电媒体深度融合发展时，需要引入大量资金来采购新设备和新系统，但多数广电媒体的市场化程度不够，广告收益下滑严重，利润来源相对单一，出现了较大的资金缺口。人才之困，影响了广电媒体的智慧发展。目前广电媒体，特别是基层广电媒体缺少专职、专业的复合型媒体融合人才，在云计算、大数据和流媒体制作等领域的人才缺口更加明显。理念之困，限制了广电媒体的融合发展层级。尤其是基层广电媒体缺少明确规划，影响了融合发展成效。

2.2　发展机遇：技术赋能，拓宽发展空间

借助5G技术，广电媒体能够更精准地把握受众心理、传播导向和热点话题，为广电媒体向智能媒体发展提供了智慧支持。一是智能技术“增添”传媒行业的发展活力。随着人像识别、大数据技术不断成熟，广电媒体可以借助新技术实现在线编辑内容、实时推送资讯和广告精准投放，提升了广电媒体的时代活力。[6]同时，随着AR和VR、虚拟机器人技术应用不断成熟，极大优化了大众的新闻阅读场景。2019年新华智云发布了二十余款媒体机器人，覆盖了新闻媒体采集、制作和加工等全领域，通过推进新闻媒体行业的“人机协同”，及时化解新闻生产的难点，有效提升新闻生产效率，形成了智能化的新闻产业链。二是媒介融合“拓宽”传媒行业的发展空间。通过发挥智慧媒体优势，积极向购物、旅游等多个领域延伸，打造了新的“媒体+”生态环境。贵州广电以“广电云”为基础，围绕商用、民用等大众需求，建设了“黔货出山”、雪亮工程、远程医疗等多元场景覆盖的“智慧广电”生态链，实现了从“观看电视”到“使用电视”的全面转型，形成了新的“电视+”发展环境，拓宽了广电媒体的生存空间。

3. 媒体深度融合趋势下广电媒体的发展应对

在“互联网+”语境下，广播电视媒体面临“跨界运营、多元传播”的全新挑战，为继续保持广电的舆论影响力，需要诠释“融合媒体”思维，引入“新媒体”基因，通过构建多媒体传播渠道，理顺内部管理体系，建设融合媒体平台，以“广电+新媒体”的传播生态链破解广电媒体的“发展之困”。

3.1　技术赋能：以一体化融合理念构建智媒体矩阵

技术是驱动广电媒体深度融合的重要前提。因此，广电媒体要重视引入新技术，优化媒体内容生产、制作和传播体系，通过以融媒体矩阵为基础，优化生态环境，推动大小屏同步发展，加快媒体转型升级。一是通过引进4K超高清、视频云连接等智慧技术，优化媒体展示形态，改善用户观赏体验。广电媒体要重点利用智慧技术，解决采编部门协同不足的问题，通过引入新闻信息协同、移动采编体系，采用轻量、专业化影像设备，建好、维护好“中央厨房”项目，实现新闻信息的统一策划、发稿、接受和反馈等多元功能。二是重构信息采编制作流程，加大新媒体人才培养力度，激发媒体内部的活力和创新力。通过成立新媒体业务公司，加大新媒体业务考核权重，聘请有新媒体思维的工作人员专项负责新媒体业务，有力推动媒体融合发展。三是重视整合、汇集智媒体资源，综合不同媒介平台的应用优势与传播规律，通过合理分工、全面协同，统筹新旧媒体传播内容，构建高效协同、差异化发展的一体化智媒体矩阵。在推进媒体深度融合

进程中，广东广播电视台坚持实施 OTT 大屏和移动客户端小屏相融合，其中移动端优先的“两屏驱动”策略，形成了电视“触电新闻 App”、广播“粤听 App”等深度融合的全新传播矩阵。借助“媒体 +”的融合力量，拓宽了广电媒体的舆论发展空间，打造了一系列颇具影响力的“现象级”媒体融合产品，为传统广电媒体融合发展探寻了新路径。[7]

3.2 创新提速：以多元化经营思维拓宽发展空间

面对媒体深度融合的时代趋势，广电媒体要积极融入全新媒体环境，继续发挥自身在新闻信息报道、思想舆论引领和民生服务等领域的经验优势，通过及时引入智慧技术，创新传播形态，丰富传播途径，提高广电媒体的发展高度，拓宽服务维度。第一，广电媒体要重视优化运营理念，在夯实传统优势业务的基础上，增强广电媒体的服务功能，拓宽媒体发展空间。通过发挥媒体融合优势，汇聚地域资源，诠释服务理念，积极构建主动型、服务型传播平台。第二，广电媒体要以高质量发展模式打造智慧化形态。要重视完善广电媒体节目的评价体系，通过制定包含口碑、下载量、播放量等多维度的评价方式，及时弥补经营、发展的短板，推动广电媒体深度融合。通过引入直播平台，增设电商板块，构建“融媒体 + 直播 + 电商”的全新模式，发挥广电媒体的平台、受众群体等优势，拓宽广电媒体的生存空间。第三，广电媒体要在把握正确舆论导向的前提下，研判“智媒时代”的传播规律，精准把握媒体融合发展趋势，通过选择合适的节点“切入”融合过程，生产优质、精品的媒体作品，构建多元传播渠道，开发智慧媒介产品，助力媒体深度融合，牢牢占据思想舆论场的主动权、话语权。[8]

3.3 内容引领：汇聚受众需求，打造优质、特色的内容体系

当前媒体融合进入深度发展阶段，广电媒体要深度把握受众的需求、观赏习惯，通过解读全新环境下的传播规律，挖掘优质信息素材，重构内容生产方式，创新和优化内容表达方式，以优质、特色的内容吸引大众关注，回应大众诉求。其一，要聚焦收视群体，引入社交媒体平台，拓宽读者互动空间。广电媒体要尝试引进“电视 + 社群”的运营模式，通过开发微信小程序为用户提供多元化服务，增加用户黏性，提升服务成效。其二，要汇聚受众需求，通过引入云技术、微信服务平台、客户端 App 等技术，形成资源跨界、内容多元的全新发展体系，满足受众群体多元需求。其三，要引入新元素，打造特色、优质的内容体系。广电媒体要贴近用户的阅读习惯，打破单一信息传播形态，为媒介作品创作提供更大发展空间，通过为用户营造最佳内容阅读体验，提升传播内容的价值和生命力。

结语

推进媒体深度融合是广电媒体突破传播困境，打造全新传播形态，始终占领舆论阵地的关键举措。面对新的媒体融合发展环境，广电媒体要以“互联网思维”为指引，突破传统融合困境，引入新的全媒体技术，强化创新意识和服务精神，通过以“媒体 + 跨界”为基础框架，丰富媒体业务形态，构建多元化、产业化的经营模式，打造符合广电媒体特征的全新生态圈，进而有效应对媒体深度融合的时代变革，始终保持广电媒体的影响力、引导力。媒

参考文献

[1] 刘孟达 .“互联网 +”语境下广电媒体融合转型的应对策略——以绍兴广播电视为例 [J]. 中国广播电视学刊，2016（05）：30–32.

[2] 夏宁 . 打造适应新型主流媒体融合发展的组织基因——以湖北广电借鉴互联网思维推动组织变革为例 [J]. 新闻战线，2016（07）：87–88.

[3] 周逵 . 生态与心态：中国广电新媒体平台建设与发展之困——基于对 25 位省级广电新媒体负责人的访谈 [J]. 新闻记者，2017（03）：43–51.

[4] 朱鸿军，张春朗，杨庆国 . 广电集团新闻客户端的现实困境与发展逻辑——以“壹深圳”为例 [J]. 新闻与写作，2017（07）：67–70.

[5] 吴炜华，高胤丰 .“电视 + 新媒体”深度融合的模式、趋势与思考——2017 年广电融媒体发展年度盘点 [J]. 电视研究，2018（03）：31–34.

[6] 谢新洲，石林 .“上下夹击”与“中部突围”：我国地市级融媒体发展研究——基于四市媒体融合发展的实地调研 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2019（12）：1–8.

[7] 张静 . 媒体融合背景下广电媒体组织调整的困境及路径研究——以 J 广播电视集团为例 [J]. 西南民族大学学报（人文社科版），2019（01）：152–157.

[8] 朱天，唐婵 . 对省级党媒政经类客户端新闻生产理念与实践的观察解析——以“四川观察”和“川报观察”为例 [J]. 中国出版，2020（04）：26–31.

作者简介：晋凡舒（1996–），女，河南省鄢陵县人，武汉大学新闻与传播学院，研究生在读，研究方向：广播与电视传媒。

（责任编辑：胡杨）